

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi dan digitalisasi memperkuat peran teknologi dalam memperluas akses informasi secara lebih cepat dan gamblang. Berbagai inovasi baru hadir untuk membantu dan memudahkan manusia dalam menerima sebuah informasi atas adanya suatu peristiwa. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2023, tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 78,19 % atau lebih dari 215,62 juta penduduk Tanah Air telah terkoneksi internet (Lavinda, 2023). Maka, dapat diartikan bahwa pengguna internet di Indonesia sangat tinggi.

Transformasi ini mempengaruhi kebutuhan komunikasi utamanya dalam jurnalistik *online*. Menurut (Agustin, Sihabudin, & Duku, 2023), jurnalisme *online* adalah bentuk jurnalistik baru yang menggunakan internet sebagai aksesnya. Sehingga, dalam memenuhi kebutuhan komunikasi ini memerlukan media yang mampu menyalurkan informasi secara efektif. Dalam konteks ini, komunikasi massa berperan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak melalui media massa. Pada dasarnya, pesan yang disebar melalui komunikasi massa bersifat umum dan terbuka bagi kepentingan orang banyak (Rusman, 2023). Oleh karena itu, perkembangan teknologi informasi telah mendorong hadirnya media *online* yang merupakan bagian dari *new media* atau media baru. Media *online* mencakup segala bentuk media komunikasi yang hanya dapat diakses menggunakan jaringan

internet. Mengutip dari riset Reuters Institute bertajuk ‘Digital News Report 2023’, sebanyak 84 % responden Indonesia menjadikan media *online* sebagai rujukan dalam mencari berita (Annur, 2023). Data tersebut mencerminkan pesatnya perkembangan teknologi informasi yang sejalan dengan kebutuhan manusia yang semakin dinamis untuk mengakses informasi di media massa.

Kecepatan berita dalam jurnalistik *online* menjadi salah satu peranan penting. Oleh karena itu, selain menggunakan media *online*, jurnalistik *online* juga turut memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari proses menarik para audiens. Pemanfaatan ini dilatarbelakangi oleh adanya persaingan antar media digital yang semakin menguat (Kencana dkk., 2022). Melansir dari The Global Statistics tahun 2024, platform Instagram menduduki peringkat pertama sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh dan mencakup 84,80 % pengguna aktif. Kemudian, disusul dengan TikTok yang menawarkan konten video pendek dengan 63,10 % pengguna (The Global Statistics, 2024).

Berdasarkan hal tersebut, Mantraidea.com hadir sebagai portal berita yang mengusung tema utama ‘ekonomi kreatif’ yang didasari karena sektor ini berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional melalui seni, kuliner, olahraga, kerajinan, dan lain sebagainya. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), ekonomi Indonesia tahun 2022 tumbuh sebesar 5,31%, angka tersebut mengalami peningkatan dibanding tahun 2021 yang hanya mencapai 3,70%. Selain itu, melalui survei Mantraidea.com yang melibatkan 108 responden ditemukan bahwa sebanyak 37% dominan mencari berita dengan topik bisnis dan ekonomi. Namun, masih banyak pelaku ekonomi kreatif yang kesulitan untuk

memperoleh akses informasi yang akurat. Sebagian masyarakat juga belum memahami secara keseluruhan potensi dan manfaat dari ekonomi kreatif yang berdampak langsung bagi perekonomian Indonesia.

Menanggapi kebutuhan tersebut, Mantraidea.com menyuguhkan informasi mengenai ekonomi kreatif dalam berbagai format interaktif seperti tulisan, foto, infografis, dan video. Tujuan pembuatan *website* Mantraidea.com untuk memberikan informasi yang komprehensif dan akurat mengenai ekonomi kreatif, yang sejalan dengan *tagline* ‘Kreatif Berkembang, Ekonomi Meningkatkan’. Selain menggunakan *website*, Mantraidea juga memanfaatkan media sosial untuk mendistribusikan berita yang telah diunggah pada portal media *online* melalui platform Instagram dan TikTok. Hal ini juga sebagai bentuk komunikasi digital yang melibatkan khalayak lebih luas dalam proses jurnalistik.

Dalam pengelolaannya, Mantraidea.com dinaungi oleh tim redaksi beranggotakan empat orang dengan peran sebagai Pimpinan Redaksi, *Web Development* dan *SEO Specialist*, *Copywriter*, serta *Social Media Specialist*. Setiap individu juga bertanggung jawab mengemban tugas pokok sebagai jurnalis yang meliput dan menulis sebuah karya berupa *straight news*, *features*, *indepth*, infografis, dan video yang kemudian diunggah pada laman Mantraidea.com.

Pada proses produksi berita *online* dan mengelola media sosial, penulis bertugas sebagai *copywriter* yang bertanggung jawab membuat naskah yang informatif dan menarik sebelum konten tersebut dipublikasikan pada Instagram maupun TikTok Mantraidea. Menurut (Waris dkk., 2024), *copywriting* merupakan bentuk tulisan yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi pembaca. Terlebih,

penulisan artikel melalui *website* saja kurang cukup menarik pembaca untuk melakukan suatu aksi, maka peranan *copywriter* dalam media sosial dibutuhkan untuk memperoleh hasil akhir dari tulisan untuk mengarahkan ke laman media online dan membujuk pembaca melakukan suatu tindakan. Dalam konteks ini, *copywriter* juga konsisten menerapkan penggunaan kata sapaan dan CTA (*Call to Action*) yang diharapkan memberikan unsur kedekatan dengan pembaca. Hal ini dilakukan guna mengenalkan, mempromosikan, dan memberikan edukasi mengenai ekonomi kreatif di tengah membanjirnya barang ekspor masuk ke Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, mengelola sosial media sebagai jembatan untuk mendistribusikan pemberitaan pada laman media *online* membutuhkan peran *copywriter* untuk membuat sebuah *script* yang menarik dan informatif yang kemudian dipublikasikan ke publik. Laporan ini disusun untuk menjawab, bagaimana peran *copywriter* dalam produksi *script* konten media sosial pada portal media *online* Mantraidea.com?

1.3 Tujuan Produksi Media Online

Produksi *website* Mantraidea.com memiliki tujuan untuk memberikan akses informasi mengenai perkembangan ekonomi kreatif yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat luas. Sajian informasi pun dipaparkan dalam bentuk artikel serta multimedia yang terintegrasi dengan platform Instagram dan TikTok sebagai media promosi Mantraidea.com.

1.4 Manfaat Produksi Media Online

Produksi Mantraidea.com diharapkan menjadi rujukan informasi yang dapat meningkatkan masyarakat untuk mengembangkan potensi ekonomi kreatif. Selain itu, Mantraidea.com diharapkan dapat memberikan kontribusi ekonomi kreatif melalui artikel, infografis, dan video yang dipublikasikan melalui laman media *online*.

